

## PELATIHAN FOTO PRODUK BAGI UMKM DESA GLAGAHARUM UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING PEMASARAN PRODUK

Teresa Samantha Satyanegara, Jesslyn Eunice Lainardy, Beatrix Adelaide Herijanto,  
Sri Nathasya Br Sitepu  
Universitas Ciputra Surabaya, Indonesia

**Abstrak:** Pelatihan foto produk bagi UMKM Desa Glagaharum bertujuan untuk meningkatkan daya saing pemasaran produk melalui pemahaman teknik foto yang efektif. Dalam era digital saat ini, visualisasi produk yang menarik menjadi kunci untuk menarik perhatian konsumen. Pelatihan ini mencakup teori dasar fotografi, termasuk komposisi, pencahayaan dengan menggunakan kamera ponsel untuk menghasilkan foto yang menarik. Melalui sesi praktik, peserta berlatih mengambil foto dari berbagai sudut dan posisi sehingga dapat memahami pentingnya angle dalam foto produk. Hasil dari pelatihan ini diharapkan dapat meningkatkan kualitas foto produk yang dihasilkan oleh ibu-ibu peserta sehingga dapat bersaing secara ketat dalam pasar. Evaluasi pasca-pelatihan menunjukkan peningkatan signifikan dalam keterampilan peserta yang berdampak positif pada pemasaran produk mereka.

**Kata kunci:** Desa Glagaharum, foto produk, pelatihan, pemasaran, UMKM

### PENDAHULUAN

Perkembangan industri 4.0 telah membawa transformasi signifikan pada dunia bisnis. Berkembang pesatnya teknologi digital menyemarakkan penggunaan dan transaksi yang terjadi di platform *e-commerce* (Hendarsyah, 2019). Penggunaan *e-commerce* tentunya memudahkan seorang pengusaha untuk menjangkau pasar yang lebih luas tanpa terkendala dengan batas jarak (Rehatalanit, 2016). Namun, di balik sisi positif ini, terdapat rintangan sendiri yang harus dihadapi oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Salah satu rintangan tersebut adalah persaingan yang semakin ketat, di mana kualitas visual produk (*visual appeal*) menjadi faktor penentu utama yang mendorong konsumen untuk melakukan pencarian lebih lanjut dan membeli suatu produk secara impulsif (Elysha & Batu,

2024). Hal ini tentunya sangat berperan dalam mendongkrak angka penjualan suatu usaha di platform tersebut.

Foto produk yang menarik dan profesional tidak hanya mempercantik penampilan, tetapi juga berfungsi sebagai alat komunikasi yang efektif untuk menyampaikan informasi atau detail produk kepada konsumen. Foto produk yang menarik dan khas juga akan membantu konsumen untuk cepat mengingat *brand* tersebut (Putra dkk., 2023). Lebih dari itu, konsumen online akan melihat foto produk sebagai bahan pertimbangan dalam keputusan pembelian mereka sehingga jika foto berkualitas buruk, maka akan berdampak negatif pada keputusan yang akan diambil (Elsinta dkk., 2023). Sayangnya, masih banyak pemilik UMKM yang belum memiliki kemampuan fotografi produk yang memadai. Hal ini disebabkan oleh berbagai faktor,

---

\*Corresponding Author.  
e-mail: nathasya.sitepu@ciputra.ac.id

seperti keterbatasan anggaran untuk menyewa seorang profesional, kurangnya pengetahuan terhadap cara mengambil foto yang menarik, serta akses yang terbatas terhadap peralatan fotografi (Saptiyono dkk., 2021). Akan tetapi, alat bukan menjadi suatu permasalahan yang memiliki urgensi tinggi karena kebanyakan ponsel zaman sekarang sudah memiliki kamera dengan kualitas memadai.

Ibu-ibu pelaku usaha busana muslim di Desa Glagaharum, Kecamatan Porong, Kabupaten Sidoarjo memiliki peluang besar untuk mengembangkan usaha mereka di pasar online dengan produk-produk gamis dan hijab yang telah mereka jahit sendiri. Namun, seperti halnya yang sudah dijelaskan, mereka terkendala dalam hal pengetahuan dan kemampuan fotografi sehingga foto-foto produk yang dihasilkan oleh mereka cenderung kurang cahaya, miring, dan tidak fokus, seperti yang terlihat di Gambar 1.

Hal tersebut akan terkesan tidak menarik dan merusak *image* bisnis ketika dilihat oleh calon pembeli sehingga membuat tampilan produk terkesan tidak profesional. Calon pembeli tentunya jadi enggan untuk membeli ketika melihat foto-foto tersebut. Jika ini berlangsung dalam jangka panjang, maka usaha tersebut akan kesulitan mencari penjualan dan mengalami kesulitan finansial.

Oleh karena itu, program “Kampung Jahit Arumpreneur” yang dilaksanakan oleh tim dosen dan mahasiswa Universitas Ciputra Surabaya memberikan pelatihan foto produk untuk para ibu-ibu pelaku usaha agar mereka dapat menghasilkan foto produk yang optimal untuk membantu kelancaran pemasaran mereka di platform *e-commerce*. Pelatihan akan memperhatikan pencahayaan, *angle*, komposisi, serta tips-tips penggunaan fitur ponsel untuk mengambil foto yang berkualitas. Hal ini dilakukan dengan tujuan



Gambar 1 Hasil Foto Produk Sebelum Pelatihan

agar ibu-ibu peserta dapat mengambil foto berestetika yang dapat membantu pemasaran dalam menarik perhatian calon pembeli terhadap produk usaha mereka.

## METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pelatihan dengan materi “Foto Produk” dibawakan pada hari Selasa, 10 September 2024, dengan durasi kurang lebih 150 menit. Kegiatan yang merupakan bagian dari program “Kampung Jahit Arumpreneur” ini dilaksanakan di Balai Desa Glagaharum, Kecamatan Porong, Kabupaten Sidoarjo, Provinsi Jawa Timur. Pemilihan lokasi pelatihan didasarkan oleh diskusi yang telah dilakukan, di mana Balai Desa Glagaharum merupakan tempat yang sering dimanfaatkan oleh masyarakat desa untuk melakukan rapat ataupun pelatihan. Pelatihan ini menargetkan 13 ibu-ibu rumah tangga yang memiliki kemampuan menjahit di Desa Glagaharum dan telah melalui proses survei.

Dalam pelaksanaan kegiatan pelatihan, materi dibawakan oleh mahasiswa dari Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Ciputra Surabaya. Tidak hanya itu, terdapat juga lima mahasiswa dan satu dosen pembina program “Kampung Jahit Arumpreneur” yang juga berperan penting dalam kegiatan ini. Program pelatihan meningkatkan pengetahuan terhadap materi yang diberikan kepada peserta. Peningkatan pengetahuan merupakan implementasi dari pendidikan berkualitas yang dipersiapkan sebelum menjalankan pelatihan (Satyanegara

dkk., 2024). Tim pelaksanaan terlibat mulai dari penyusunan *pre-test* dan *post-test*, hingga pembuatan rangkuman materi yang akan disampaikan. Selain itu, mereka juga bertanggung jawab untuk mendokumentasikan seluruh kegiatan, mengelola peralatan yang diperlukan selama acara, serta menangani berbagai aspek administrasi lainnya, agar program dapat berjalan sesuai rencana. Kegiatan ini dirancang secara sistematis dan dibagi menjadi empat tahapan utama, yang secara ringkas dapat dilihat pada Gambar 2.

Tahap pertama dalam pelatihan ini adalah sesi *pre-test*, di mana ibu-ibu peserta akan diberikan lembar soal oleh mahasiswa yang harus diselesaikan dalam waktu sekitar 15 menit. *Pre-test* ini berisi lima pertanyaan pilihan ganda yang berkaitan dengan materi yang disampaikan oleh pemateri. Sesi ini bertujuan untuk mengevaluasi pengetahuan awal para peserta sebelum pelatihan dimulai. Selain itu, sesi ini juga digunakan untuk memvalidasi permasalahan peserta yang sudah diidentifikasi pada saat survei.

Tahapan kedua merupakan sesi pemaparan materi “Foto Produk”, materi ini dibawakan oleh mahasiswa dari Jurusan Desain Komunikasi Visual yang sudah ahli dalam bidangnya. Sesi ini dibawakan dengan menggunakan alat bantu berupa Power Point, agar tampilan materi lebih menarik. Pada sesi materi, ibu-ibu peserta dijelaskan mengenai item-item yang ada pada kamera *handphone*, pencahayaan, *angle* dan komposisi untuk mengambil foto yang proporsional. Sesi ini bertujuan, agar ibu-ibu peserta dapat melaku-



Gambar 2 Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

kan foto produk dengan baik sehingga dapat menarik minat pembeli sebagai upaya dalam mengembangkan bisnis mereka. Materi pembelajaran meningkatkan *self-efficacy* yang dilanjutkan dengan kemampuan berinovasi. Hasil akhir adalah kemampuan meningkatkan penjualan pada setiap unit usaha milik peserta pelatihan (Br Sitepu, 2017).

Tahap ketiga adalah sesi praktik, sesi ini bertujuan agar ibu-ibu peserta dapat mengimplementasikan secara langsung teori yang sudah dipaparkan oleh pemateri. Pada sesi praktik ini, peserta dibimbing langsung satu per satu oleh pemateri dalam melakukan foto produk gamis dari berbagai *angle*. Selain itu, ibu-ibu peserta juga diminta untuk menentukan pencahayaan yang tepat sebelum melakukan foto produk. Melalui sesi ini, diharapkan ibu-ibu peserta dapat semakin memahami materi secara mendalam, serta dapat menerapkannya pada bisnis fesyen yang sedang dirintis.

Tahapan yang terakhir yakni sesi *post-test*. Pada sesi ini mahasiswa membagikan lembar pilihan ganda yang berisi lima soal yang sama dengan sesi *pre-test*. Pada sesi *post-test*, ibu-ibu peserta akan diberikan waktu kurang lebih 15

menit untuk mengerjakan soal yang diberikan. Diadakannya sesi ini bertujuan untuk mengevaluasi apakah pelatihan yang dilakukan memberikan dampak yang signifikan dalam meningkatkan kemampuan ibu-ibu peserta. Penilaian akan dilakukan dengan cara membandingkan nilai awal yang diperoleh dari hasil *pre-test* dengan nilai yang diperoleh saat *post-test*. Pelatihan akan dikatakan berhasil apabila nilai *post-test* yang diperoleh ibu-ibu peserta mengalami peningkatan dari nilai *pre-test*.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan foto produk diberikan kepada ibu-ibu Desa Glagaharum sebagai upaya untuk meningkatkan keterampilan ibu-ibu dalam melakukan pemotretan produk terutama produk fesyen agar dapat menarik perhatian calon pembeli ketika melihat foto tersebut. Foto produk dapat menjadi kesan pertama dari pembeli terhadap produk yang dilihat, sehingga foto produk yang baik menjadi aspek penting dalam meningkatkan potensi penjualan (Puspita & Octoviani, 2023). Melalui kegiatan ini, ibu-ibu belajar mengenai fitur-fitur pada kamera ponsel,



Gambar 3 Pengisian Pre-Test

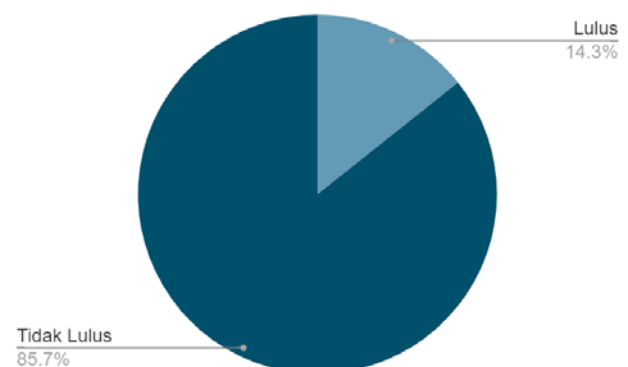
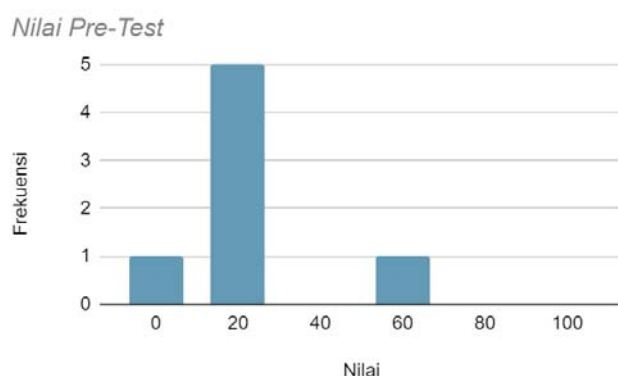
*do and don't* ketika memotret dengan memanfaatkan cahaya alami, *angle*, dan komposisi dalam fotografi. Kegiatan ini dilaksanakan melalui beberapa tahapan, yaitu pengisian *pre-test*, pemaparan materi, sesi praktik, dan pengisian *post-test*. Ibu-ibu peserta mengikuti kegiatan ini dengan antusias ditandai dengan adanya interaksi secara aktif dengan pembicara pada sesi diskusi dan praktik.

Sebelum dilakukannya pemaparan materi oleh narasumber yang berpengalaman di bidang foto produk, tim mahasiswa terlebih dahulu membagikan lembaran *pre-test* berupa lima butir pertanyaan berganda kepada ibu-ibu peserta (Gambar 3). Pengisian *pre-test* dilakukan untuk mengukur pengetahuan awal para peserta sebelum pemaparan materi diberikan dan sebagai perbandingan untuk mengukur apakah pengetahuan peserta mengalami peningkatan setelah diberikannya materi. Hasil *pre-test* dapat dilihat pada Gambar 4.

Peserta dengan nilai  $0 \leq x < 60$  mendapatkan predikat “Tidak Lulus”, peserta dengan nilai  $60 \leq x < 80$  mendapatkan predikat “Lulus”, dan peserta yang mendapat nilai  $80 \leq x \leq 100$  mendapatkan predikat “Memuaskan”. Berdasarkan Gambar 4 dapat dilihat bahwa hasil *pre-test* peserta hampir seluruhnya berada di bawah nilai minimum ketuntasan, yaitu di bawah nilai 60. Hanya satu dari tujuh peserta yang mendapatkan nilai

setara dengan nilai minimum ketuntasan. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman ibu-ibu peserta terkait materi foto produk masih sangat kurang sehingga peserta dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilannya melalui sesi materi dan sesi praktik.

Sesi selanjutnya adalah pemaparan materi terkait cara pengambilan foto produk agar menarik untuk dilihat (Gambar 5). Pemaparan materi dilakukan oleh seorang pembicara yang berpengalaman dalam foto produk dengan latar belakang pendidikan bidang visual komunikasi desain sehingga hal ini merupakan hal yang sangat familiar bagi pembicara. Foto produk yang menarik merupakan salah satu kunci penting untuk meningkatkan ketertarikan minat calon pembeli. Melalui foto produk, peserta dapat memperlihatkan karakteristik-karakteristik dari produk untuk menghasilkan citra yang positif sehingga peserta perlu untuk memikirkan bagaimana memotret produk semenarik mungkin dan memiliki ciri khas yang berbeda dengan kompetitor lainnya (Febriyanti & Farida, 2023). Melalui sesi ini, ibu-ibu Desa Glagaharum dijelaskan mengenai apa saja yang perlu dipahami dari kamera ponsel, hal yang sebaiknya dan tidak sebaiknya dilakukan ketika memotret dengan memanfaatkan cahaya alami, *angle*, dan cara mengatur komposisi foto agar terlihat menarik.



Gambar 4 Nilai Pre-Test Peserta (Kiri) dan Predikat Pre-Test Peserta (Kanan)





Gambar 5 Pemaparan Materi

Ketika ingin menghasilkan foto produk yang baik, pemahaman akan hal-hal dasar fotografi menjadi hal yang sangat krusial untuk dipelajari. Meskipun tidak memiliki kamera profesional, kamera ponsel saja sudah cukup untuk bisa menghasilkan gambar yang baik. Oleh sebab itu, pemahaman yang baik akan fitur-fitur pada kamera ponsel penting untuk dipelajari agar dapat memanfaatkannya secara maksimal. Untuk memaksimalkan hasil dari gambar yang ditangkap, peserta juga diajarkan bagaimana memanfaatkan pencahayaan alami, yaitu dari sinar matahari. Pembicara menjelaskan *do and don't* saat menangkap gambar dengan memanfaatkan sinar matahari. Ketika menangkap gambar, disarankan untuk tidak berada di ruangan dengan minim cahaya, berada di cahaya yang terlalu terang seperti pada saat jam 12 siang, dan membelakangi cahaya. Akan lebih baik jika memotret produk pada sekitar jam 3 ke atas, berada di dekat jendela atau pintu, menggunakan reflektor agar cahaya dipantulkan dan menghasilkan penyebaran yang lebih lembut, dan bisa memastikan dari mana arah cahaya datang agar tidak membelakangi cahaya.

Selain itu, peserta juga dijelaskan mengenai macam-macam *angle* ketika memotret. Terdapat beberapa macam *angle* yang dapat digunakan ketika memotret, yaitu *top down* yang sering digunakan untuk memotret produk makanan dari *angle* atas  $90^\circ$ , *bird's eye view angle*, *high angle shot*  $45^\circ$ , *above shot*  $30^\circ$ , *slightly above*  $10^\circ\text{--}15^\circ$ , *eye level shot*, *hero view*  $-15^\circ$ , *low view*  $-45^\circ$ , dan *worm's eye view*  $-75^\circ$ . Dalam fotografi, *angle-angle* tertentu memiliki makna tersirat di dalamnya, seperti *hero view* memberikan kesan kuat dan besar kepada subjek, *high angle* dapat memberi kesan lemah pada objek karena terlihat kecil. Karena itu, mempelajari macam-macam *angle* beserta maknanya sangat penting untuk dipelajari agar informasi yang ingin disampaikan melalui foto tersampaikan dengan baik (Hikaru, 2022). Pembicara juga menjelaskan *angle* mana saja yang sering digunakan oleh fotografi terutama ketika memotret produk fesyen. Setelah itu, pembicara menjelaskan beberapa contoh komposisi yang dapat digunakan ketika memotret. Dalam fotografi, komposisi adalah bagaimana suatu atau beberapa objek disusun, ditempatkan, diletakkan, atau



Gambar 6 Sesi Praktik

diposisikan dalam satu tangkapan gambar agar menghasilkan visual yang menarik dan harmonis (Alyatalatthaf, 2023). Beberapa contoh dari teknik komposisi dalam fotografi, yaitu aturan sepertiga, aturan spiral emas, diagonal, piramida, lengkungan “S”, dan bentuk “L”. Komposisi merupakan salah satu kunci agar dapat menghasilkan foto dengan nilai yang tinggi.

Pada sesi selanjutnya, peserta menerapkan secara langsung teori-teori yang telah disampaikan

sebelumnya terkait cara mengambil gambar agar terlihat menarik melalui sesi praktik ini (Gambar 6). Ibu-ibu dapat memindah-mindahkan manekin yang digunakan sebagai objek foto ke tempat yang terkena cahaya alami dengan memperhatikan dan menganalisis apakah cahaya tersebut terlalu kuat atau tidak, apakah objek tersebut membelakangi cahaya, dan sebagainya. Setelah ibu-ibu merasa posisi manekin sudah tepat, ibu-ibu peserta mulai mencoba mengambil gambar



Gambar 7 Hasil Foto Produk Setelah Pelatihan



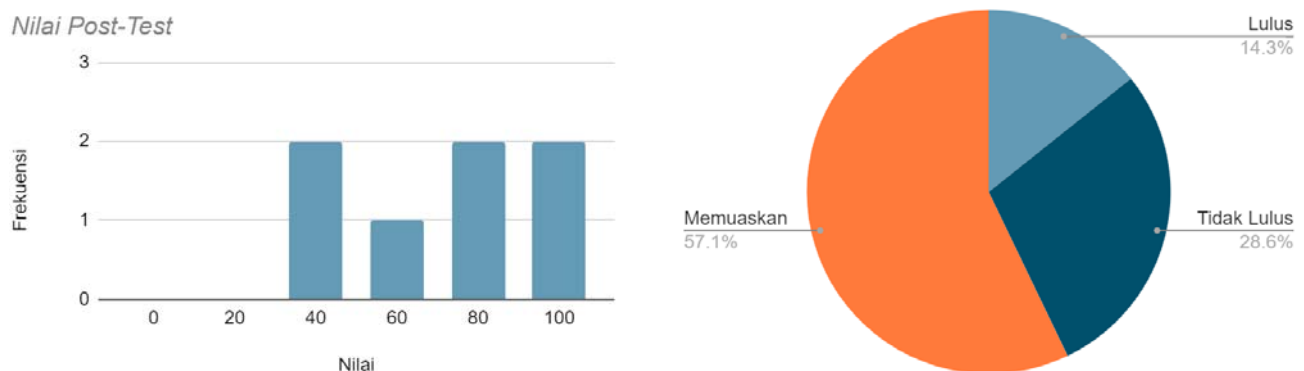
Gambar 8 Pengisian Post-Test

dari beberapa *angle* yang telah disampaikan sebelumnya. Mulai dari *angle* atas hingga *angle* dari bawah, ibu-ibu peserta mencoba untuk mempraktikkannya. Pada sesi ini, pembicara memandu ibu-ibu peserta ketika melakukan pengambilan gambar sehingga sesi ini menjadi sangat interaktif antara pembicara dan peserta. Evaluasi dan saran dari hasil gambar setiap ibu-ibu juga diberikan oleh pembicara untuk meningkatkan kualitas dari hasil gambar ibu-ibu. Hasil foto yang diambil peserta dapat dilihat pada Gambar 7.

Setelah sesi pemaparan materi dan sesi praktik selesai, ibu-ibu peserta kembali dibagikan lembar *post-test* yang memuat lima butir pertanyaan pilihan berganda yang sama seperti

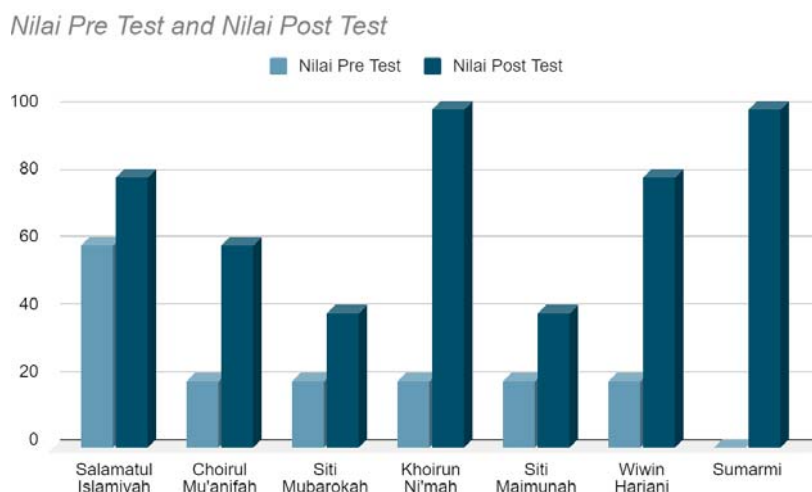
sebelumnya (Gambar 8). Pengisian *post-test* dilakukan untuk mengevaluasi kegiatan yang telah dilakukan, apakah kegiatan berjalan dengan efektif atau tidak sehingga dapat mengetahui apakah pengetahuan dan keterampilan ibu-ibu peserta dalam memotret produk mengalami peningkatan atau tidak.

Berdasarkan Gambar 9, hanya satu dari 7 (tujuh) ibu-ibu yang memiliki nilai *post-test* di bawah nilai minimum ketuntasan sehingga mendapatkan predikat tidak lulus, 1 (satu) peserta dengan nilai 60 mendapat predikat lulus, dan 5 (lima) peserta lainnya dengan nilai mendapat predikat memuaskan. Gambar 10 menunjukkan hasil perbandingan dari nilai *pre-test* dan *post-*



Gambar 9 Nilai Post-Test Peserta (kiri) dan Predikat Post-Test Peserta (kanan)





Gambar 10 Perbandingan Nilai Pre-Test dan Post-Test

*test* peserta. Berdasarkan gambar tersebut, setiap peserta mengalami peningkatan nilai dan predikat. Bahkan beberapa ibu-ibu mengalami peningkatan yang signifikan, seperti Ibu Sumarmi yang mendapatkan nilai 0 pada *pre-test* kemudian pada *post-test* mendapatkan nilai 100.

Berdasarkan hasil perbandingan nilai *pre-test* dan *post-test* yang dapat dilihat pada Gambar 10, kegiatan ini dapat dikatakan berlangsung dengan efektif dan dapat dirasakan manfaatnya bagi peserta. Hal ini ditandai dengan adanya peningkatan nilai *post-test* peserta dan adanya sesi praktik yang disertai dengan sesi diskusi yang membuat para peserta dapat menerapkan teori yang didapatkan sebelumnya secara langsung, dapat bertanya kepada pembicara dan mendapat masukan dari pembicara mengenai hasil foto yang dilakukan peserta.

Kegiatan ini dilaksanakan dengan harapan dapat berkontribusi dalam mewujudkan SDGS ke-4, yaitu pendidikan berkualitas dengan memberikan sosialisasi dan pelatihan kepada ibu-ibu Desa Glagaharum terkait materi foto produk agar dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta sehingga dapat menghasilkan foto produk fesyen yang lebih baik lagi ke

depannya. Dengan begitu, ibu-ibu bisa bersaing dengan pasar yang lebih luas karena memiliki foto produk dengan karakteristik dan nilai estetika yang baik sehingga dapat menarik calon pembeli lebih banyak lagi.

## KESIMPULAN

Program pelatihan foto produk bagi ibu-ibu rumah tangga pelaku usaha busana di Desa Glagaharum memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan pengetahuan peserta. Selama pelatihan, telah divalidasi bahwa ibu-ibu peserta masih belum memiliki wawasan dan keterampilan dalam mengimplementasikan teknik-teknik melakukan foto produk agar menarik dan proporsional, seperti menentukan *angle*, komposisi maupun pencahayaan menggunakan ponsel. Melalui pelatihan ini, ibu-ibu peserta dipandu secara khusus oleh mahasiswa yang sudah ahli dalam bidangnya. Dengan fokus pada pengembangan kemampuan praktik dalam melakukan trik-trik foto produk, program ini sukses membekali peserta dengan pengetahuan yang diperlukan untuk mengubah keterampilan dasar mereka menjadi peluang dalam mengembangkan bisnis

mereka agar dapat berkelanjutan. Hal ini tentu saja menjadi solusi atas masalah yang dihadapi ibu-ibu peserta di Desa Glagaharum.

Keberhasilan program ini, dapat dibuktikan melalui perbandingan hasil nilai *pre-test* dan *post-test* yang diperoleh ibu-ibu peserta, di mana adanya peningkatan nilai dari keseluruhan peserta yang mengikuti pelatihan. Hal ini tentu menjadi bukti efektivitas metode pelatihan yang digunakan. Selain itu, keberhasilan program ini, juga dibuktikan oleh antusiasme ibu-ibu peserta yang mengikuti pelatihan, di mana mereka secara aktif mengikuti sesi praktik dan selalu berinisiatif untuk meminta panduan kepada pemateri. Secara keseluruhan, program ini tidak hanya memberikan keterampilan praktis, tetapi juga menciptakan lingkungan belajar yang efektif dan mendukung bagi para ibu-ibu peserta. Dengan pelatihan berbasis praktik, ibu-ibu peserta menjadi lebih aktif terlibat dan termotivasi untuk menerapkan keterampilan baru mereka dalam bisnis yang mereka jalankan. Diharapkan, program ini dapat berkontribusi dalam meningkatkan perekonomian keluarga serta memberdayakan ibu-ibu rumah tangga di Desa Glagaharum untuk lebih mandiri dan produktif

## UCAPAN TERIMA KASIH

Keberhasilan program pengabdian masyarakat ini tidak terlepas dari dukungan berbagai pihak. Penulis menyampaikan terima kasih kepada Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (Kemdikbudristek), khususnya Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi (Ditjen Dikti), atas hibah yang diberikan untuk kegiatan PPK Ormawa Tahun Pendanaan 2024, kepada School of Business Management dan Student Affairs Universitas Ciputra Surabaya atas fasilitas dan sumber daya

yang diberikan, kepada dosen pembimbing yang telah membimbing dengan sabar, serta kepada seluruh tim mahasiswa yang telah bekerja keras. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada masyarakat Desa Glagaharum atas sambutan hangat dan kerja sama yang baik selama kegiatan ini berlangsung.

## DAFTAR RUJUKAN

- Alyatalathaf, M. D. M. (2023). Visualisasi desain interior inspace studio melalui teknik komposisi *leading lines* dan *the rule of thirds*. *Spectâ Journal of Photography Arts and Media*, 7(2), 123–138. <https://doi.org/10.24821/specta.v7i2.9502>.
- Br Sitepu, S. N. (2017). How innovation encourages self efficacy to support business start-up success. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*, 3(2), 121–130. <https://doi.org/10.17358/ijbe.3.2.121>.
- Elsinta, L. Y., Witama, S. J., Sidharta, R. C., Indraswari, S. N., & Salindeho, V. (2023). Pelatihan foto produk sebagai upaya peningkatan promosi UMKM Wayang Kulit Desa Galengdowo. *Abdikarya: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 5(1), 20–26. <https://doi.org/10.47080/abdikarya.v5i1.2305>.
- Elysha, C. N., & Batu, K. L. (2024). Analisis Pengaruh visual appeal dan portability terhadap urge to buy impulsively. *Journal of Research on Business and Tourism*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.37535/104004120241>.
- Febriyanti, T. & Farida, S. N. (2023). Peran foto produk sebagai media promosi untuk meningkatkan volume penjualan produk UMKM Desa Karang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 20–27. <https://doi.org/10.55606/jpkm.v2i3.168>.

- Hikaru, A. B. (2022). Pengaruh angle camera dalam penerapan videografi dan fotografi. *Specta: Journal of Photography Arts and Media*, 6(1), 67–72. <https://doi.org/10.24821/specta.v6i1.6370>.
- Hendarsyah, D. (2019). E-commerce di era industri 4.0 dan society 5.0. *Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 8(2), 171–184. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v8i2.170>.
- Puspita, A. S. & Octoviani, A. (2023). Pelatihan foto produk menggunakan *smartphone* untuk materi promosi pada UMKM. *Jurnal Golden Abdimas*, 1(1), 1–5.
- Putra, M. R. A., Hidayatullah, M., Aditama, R. F., Tompo, A. P. H., Haqqu, E. S. K., & Rifaham, I. H. (2023). Optimalisasi foto produk UMKM dalam meningkatkan penjualan di Kota Baubau. *Selaparang: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 7(3), 1671. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v7i3.16523>.
- Rehatalanit, Y. L. R. (2016). Peran e-commerce dalam pengembangan bisnis. *Jurnal Teknologi Industri*, 5, 62–69. <https://doi.org/10.35968/v5i0.764>.
- Saptiyono, A., Watie, E. D. S., & Febriana, K. A. (2021). Pelatihan fotografi produk bagi UMKM Kelurahan Gebangsari. *Tematik*, 1(2). <http://dx.doi.org/10.26623/tmt.v1i2.3033>.
- Satyanegara, T. S., Tjioe, V. J. E., & Sitepu, S. N. B. (2024). Pendampingan pendidikan teknik desain berkualitas bagi ibu-ibu penjahit sebagai implementasi *Sustainable Development Goals*. *Jurnal Abdinus: Jurnal Pengabdian Nusantara*, 8(3), 823–834. <https://doi.org/10.29407/ja.v8i3.23364>.

